县级融媒体中心建设所遇困境及出路探究

段立华
（内蒙古赤峰市巴林左旗融媒体中心，内蒙古 赤峰 025450）

摘　要：近些年我国各个地区都在积极推进县级融媒体中心建设，但因为各地有着不同的媒体发展基础，所以，在县级融媒体中心建设方面，并没有一套标准方案与现成法则能够参考。同时，县级融媒体中心建设并非一朝一夕就能完成的事情，其具有较高复杂性，在实际建设中势必会遭遇诸多困难，而怎样打破困局，将媒体融合“最后一公里”成功打通，就显得非常关键。鉴于此，文章重点探讨了县级融媒体中心建设所遇困境及出路，供读者参考。

关键词：融媒体建设中心；传播体系；舆论环境；国家治理；专业人才　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）10-072-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.10.020
本文著录格式：段立华．县级融媒体中心建设所遇困境及出路探究 [J]. 中国传媒科技，2021（10）：72-74.

导语

所谓融媒体，是依托互联网将拥有互补性、共同点的不同媒体（广播、电视、传统报纸等）进行整合，进而形成一种在利益、宣传、内容、资源等诸多方面有机融合的立体型媒体，它属于一种理念、一种平台，并非简单的只是一种媒介实体。在县级区域内，集合多种媒体完成融媒体中心的构建，即为县级融媒体中心，能够实现县级媒体竞争力的进一步增强。关于发展县级媒体，早在 2018 年党中央印发的《关于加强和改进党的新闻舆论工作的意见》（以下简称《意见》）就曾指出，要加大对县域资源的整合力度，依托新媒体和互联网的优势，进一步强化县域媒体服务功能，搭建起综合信息服务平台。[1] 在《意见》中，明确了建设县级融媒体对实现县级媒体良好布局，以及密切政府和群众之间的联系起到的重要意义，有助于主流媒体更好发声，实现舆论的良好引导。自此之后各地区县积极响应，着手建设自身融媒体中心，但在具体建设时，许多地区融媒体建设都面临着挑战，存在诸多困难，尤其是一些欠发达地区。县级区域作为向基层传递党与国家声音，服务群众，反映群众呼声，引导基层舆论的重要场所，在融媒体战略布局中的作用至关重要。故此，对如何建设好县级融媒体中心开展相关研究，就显得意义重大。

1. 做好县级融媒体中心建设的重要性

现如今有关县级融媒体中心的研究，整体上都认可了其积极意义，认为做好县级融媒体中心建设，对于构建新型传播体系、主流意识形态舆论引导工作及国家现代化治理意义重大。

首先，从主流传播体系视角而言。当前众多学者认为，县级作为最基层的媒体，加强县级融媒体中心的建设，有助于我国主流传播体系的健全。这主要是因为县级融媒体中心转型成本更低、本身体量较小，通过大力建设和发展，有助于增强党与群众的直接联系，将引导舆论的“最后一公里”成功打通，进而形成大中小共存的媒体融合发展局面。[2]

其次，从互联网舆论环境视角而言。近些年互联网平台的渠道下沉策略，使当前基层社会信息传播格局与消费结构被彻底改变，带给了农村地区舆论引导工作更大的困难。然而，从传统媒体的历次改革布局来看，都不够重视社区空间，将这与群众联系密切的生命线，推向了互联网平台媒体。所以，要全面意识到“通路下沉”的开展，以及农村地区主流舆论引导力度的加强势在必行。建设县级融媒体中心，有助于预防不良自媒体信息影响到基层地区，扰乱县域的传播秩序。

最后，从国家治理视角而言。县级融媒体中心是助力国家治理的有效举措，也是国家治理不能绕开的主体之一。县级融媒体中心承接着县域的综合性服务功能，做好县级融媒体中心的建设工作，是对习近平新时代新闻思想的践行，所以要充分认识到这项工作的重要性。此外，也有研究提出，我国基层政治如今出现了“脱嵌”的情况，县级融媒体中心能否建设顺利，是“回笼”得以实现的关键。并且，县级融媒体中心的建设，也是巩固执政资源、执政基础、思想共识的重要要求，是实现乡村振兴的支柱之一，有利于农村精神文明建设，加快农村富裕步伐。

2. 县级融媒体中心建设的现状

诚然当前县级融媒体在资金与技术等方面都有不足，但就目前建设情况而言，其创新思路和融合发展依旧较为理想，有着较快的发展步伐，具体体现在如下几点。

第一，依托中央媒体着手融媒体中心建设。建设县级融媒体中心，是当前我国媒体工作的一项重点，在实际建设中需要拥有全功能、高配置。并且，在建设县级融媒体中心的过程中，需全新定位、立足实际，建立可靠的集中性指挥体系，并通过共享稿库资源、信息采集、收集热点、采编调度和反馈传播效果，整合传媒资源，保证融媒体中心的建设进度与效益。[3]

第二，新闻结合服务综合体的建立。在建设县级融

媒体中心的过程中，要充分注重新闻和服务相融合，在创新应力模式和凝聚用户资源的前提选材，保证高收益、高效率发展。以社会服务和网络政务建设为核心，着重实现线上线下的有机融合，提供良好的商务娱乐、学习教育及新闻资讯等综合服务。就当前而言，县级融媒体中心建设大致完善了活动策划和广告业务体系，但盈利模式和资金问题还有待解决。

第三，推行移动战略。我国多地建设县级融媒体中心时，都比较注重集中和存储力量资源，重视移动新媒体体系的发展。推动了“两微一端”为核心的移动战场地快速构建，并推出具有微、快、准、新特征的客户端，同时，对区域互动圈和时政新闻端的概念进行了积极响应，对小区和群众关注的独特价值做了深度挖掘，使自身党委政府“喉舌”的作用得以展现。但客观来讲，受限于地区差异，县级融媒体中心的建设成效也有所不同，移动战略也有较大的改进空间。

3. 县级融媒体中心建设所遇到的困境

从目前来看，国内县级融媒体中心建设取得了较为亮眼的成绩，但在实际推进中也面临着一些困难和挑战。具体表现在如下方面。

3.1 内部融而不合，停留在媒体外部整合

受限于我国各地经济的不均匀发展，富裕区县在财力和人力上投入了大力支持，进而取得了较为显著的媒体融合工作成效，但部分欠发达地区在财政资金上投入较少，导致技术创新、人力资源和基础硬件设备等达不到标准。同时一些县级领导也未能清楚认识到建设县级融媒体中心的价值，将更多精力投入到招商、抓生产方面，这就使得欠发达地区县级媒体融合仅是各种传统媒体平台的“相加”，停留在“物理融合”层面，没有实现真正的内部融合，缺少统一标准与整体规划。[4] 一些媒体与新媒体进行融合后，并未得到有效运用，传播方式、生产方式仍停留在过去，所推内容难以迎合受众的新需求，自然难以收获民众的良好评价。

3.2 体制机制落地难，单位缺乏活力

有些县级媒体机构僵化，缺乏改革动力、激励约束及用人及分配等机制，不够新颖，内部生气不足，难以满足当前市场需求。虽然建设县级融媒体受到了国家的大力支持，但在地方常常不能落实到位。因为融媒体中心建设工作多由县委县政府负责，诸多工作，比如调配人员、业务决策和激励措施等都要上报并经授权之后，才能具体开展。如此自然不利于开展融媒体机构改革工作，不易收获显著成效。

3.3 缺乏专业人员，建设工作浮于表面

部分地区受限于经济水平，在人才招揽上存在较大难度。无法保证足够的专业和技术人才，就会出现缺乏创新能力的情况。尤其是一些地区县级媒体仅是合同工、无正式编制，这就导致人员流动较为频繁，缺乏对单位的归属感，不看好县级单位的晋升前景与薪资待遇。[5] 同时，一些通过事业考试进来的人员，也存在平均学历不高、专业不对口的情况。客观来讲，县级媒体规模相对较小，人员老龄化情况严重,并且媒体人员较少有提升自身的机会，每年至少一次的外出交流、学习的机会都难以保证，相关人员的业务能力长期原地踏步。另外，不科学的人才培养制度，也使得县级融媒体中心不易吸引优秀人才，即便招进了人才，也不易留住，从而导致县级融媒体中心建设停滞不前，浮于表面。

3.4 缺乏资金，营收能力不足

专业的技术、科学的运营及全面的服务，是保证县级融媒体稳步建设的重点，而要实现这些都离不开足够的资金。但如今大部分县级融媒体中心都难以实现良好营收，政府的财政收入是其主要的资金来源，此种局面势必无法满足其长远建设的需求。长期盈利不足，是阻碍县级融媒体中心建设的关键因素之一，对此县级融媒体中心应借助媒介收入保证正常运转，明确盈利模式，从而实现良好发展。

3.5 未能良好呈现本土地域特色

县级融媒体中心相较于大型融媒体中心，有着浓郁的生活色彩，更贴近基层和群众，因此，更易获得基层群众的拥护。在如今的信息化时代，要想获取自身想要的信息，能够采用多种渠道，信息获取十分便利，但其也带来了一些新的问题，比如信息重复性，很大程度浪费了本就有限的时间。针对这种情况，县级融媒体中心怎样和其他媒体形成差异，将自身的地域特色良好发挥出来，就显得至关重要，但就目前而言，较少县级融媒体中心能良好呈现本土地域特色。

4. 县级融媒体中心建设的出路

4.1 多渠道借力，推进媒体融合

建设县级融媒体中心，不能是“闭门造车”，要收获理想的建设效果，需投入一定的金钱与时间。对此，应积极寻求合作，依托外力，推动县级媒体的良好融合。比如，可通过与省市媒体中心、知名传统媒体、技术公司等合作，在策略、平台、技术和数据上给县级融媒体中心提供支持。[6] 特别是技术，是确保县级融媒体中心稳步建设的第一要素，为了使缺乏技术人员的情况得到改善，可尝试与一些技术公司展开交流、合作。现如今，有关县级媒体融合方面，一些技术公司积累了较多经验。同时，也可与省市级媒体合作，完成省县共同建设的良好局面。例如，北京延庆区融媒体中心正是通过与人民日报媒体技术公司的合作，形成了拥有亮点与特色的北京媒体深度融合的“延庆模式”，成为国内首个“广电+报业”模式的“中央厨房”，给国内县级融媒体中心提供了一定的经验。又比如，江西日报社作为省级媒体，通过共享资源，帮助江西省成立了 34 个县区融媒体中心。

4.2 用好县域资源，培育专业人才

缺乏人才是县级融媒体中心建设普遍面临的问题，尤其是一些欠发达地区更是如此。由于无法提供良好的晋升空间及薪酬待遇，难以实现优秀高端人才的引进。为了改善此问题，应打破身份和学历的限制，对本地人才做深度挖掘，立足本县域，聚集适宜的人才。在省市级媒体部门发力下，制定一些培训方案和签订相关协议，建立起科学、透明的县级融媒体人才培养平台，从而保证建设所需的专业技术与管理人才。并且，借助此途径培育出的人才，有着较强的自我归属感，能够投入更多热情于家乡建设上，使内部生产动力得以激活，实现人才长期缺乏问题的有效解决。

4.3 建立健全体制机制，焕发融媒体中心活力

想要深度融合媒体，体制机制方面也不可忽视。如今许多县级媒体从业者都无正式编制，只是合同制，且缺乏合理的激励与考评机制，人员有着较大的流动性。同时，具有正式编制的人员，又难以接受创新改革。并且，融媒体中心建立时合并了多家县级媒体，而这些媒体拥有着不同的运行机制，融合不佳。故此，科学合理管理机制的建立势在必行。在具体开展这项工作时，一方面要改革事业单位的管理方式，尝试融入企业化管理模式，如同经营文化产业一般经营融媒体部门。另一方面，为给融媒体中心注入更多生机，应重构整体组织架构，并构建更为完善的考评机制与运行模式。[7] 例如，浙江省长兴县融媒体中心之所以能够吸引大量考察队前去取经，很大部分原因是其打破了编制限制，建立了完善的薪酬体系，通过多劳多得、量化考核、同岗同酬、按岗定薪等方式，良好激发了各个员工的工作热情，并且推出一系列激励机制，员工能够看到透明的晋升空间，如五级贯通升降制和首席制等。

4.4 开展跨界合作，强化营收能力

公共服务和政治属性是以往县级融媒体中心的底色，为了进一步推动融媒体中心建设，应完成商业模式的重塑，基于主业做好营收与服务能力的拓展。就我国当前情况来看，的确有不少县级融媒体中心还未实现创收，但走出亏损状态、取得良好效益的县级融媒体中心也有不少，比如江苏省邳州市融媒体中心、浙江省安吉县融媒体中心、江西省分宜县融媒体中心等，在积极探索与不断实践中，摸索出了能够实现自身盈利的模式，为自身长远发展奠定了良好基础。例如，邳州市基于“项目制”，进一步深化了“融媒 + 产业”，据数据统计其教育培训与酒水代理项目，在 2017 年曾取得 500 万元以上的营收。又或是，湖南卫视所采用的“串屏直播”创新方式，推出了扶贫主题节目《出手吧！兄弟》，主舞台选择电视直播，由主持人带领嘉宾进行游戏比拼、才艺秀等，拉动农产品销售。副舞台则是小屏手机直播间，由带货主播进行同步卖货，通过对产品的生动介绍，刺激观众下单。并且该节目还将触角延伸到了田间地头的万千直播间，据数据统计参与“串屏”互动的人次超过 5.5 亿，真正实现了带货、传播、品牌及流量的良好融合。

4.5 建设本土特色内容，增强自身影响力

在信息时代，人们拥有众多的信息获取路径。作为最贴近基层群众的新闻传播媒介，县级融媒体中心应打造自身的特色，从而实现吸引更多受众。例如，融媒体中心可注重创新内容，立足本地特色，进一步贴近群众生活，依托生动的画面、亲切的语言，激发受众的共情。并且，可借助互联网客户端和受众展开实时互动，以进一步凸显自身在基层的主导地位，提升自身的影响力。

结语

总之，县级融媒体中心建设是信息时代媒体融合纵深发展的新探索，绝非简单相加，同时做好这项工作，是完成全媒体传播体系构建的重要一步。诚然我国许多县级融媒体中心在实际建设中都遭遇了种种困境，但只要能针对这些困境，探索相应的解决方式，密切围绕“融”字做文章，就一定能将媒体融合的“最后一公里”成功打通。媒

参考文献

[1] 何志武 . 底色与特色：县级融媒体中心的“媒体 +”逻辑 [J]. 中州学刊，2020（11）：162–167.

[2] 周逵，黄典林 . 从大喇叭，四级办台到县级融媒体中心——中国基层媒体制度建构的历史分析 [J]. 新闻记者，2020（6）：16–29.

[3] 郭全中 . 县级融媒体中心完善的关键点与三种路径 [J]. 新闻与写作，2020（10）：46–47.

[4] 黄水晶 . 县级融媒体中心突破发展瓶颈刍议 [J]. 中国传媒科技，2020（8）：68–70.

[5] 严保林 . 推动媒体融合向纵深发展——如皋市融媒体中心融合发展实践探索 [J]. 中国传媒科技，2019（9）：57–59.

[6] 王忆锦 . 信息扶贫视野下的县级融媒体中心研究 [D]. 北京：中央民族大学，2020.

[7] 刘义昆 . 国家治理视域下的县级融媒体中心建设 [J]. 中州学刊，2020（11）：174–178.

作者简介：段立华（1964– ），女，内蒙古赤峰，主任记者，研究方向：融媒体领域。

（责任编辑：胡杨）